

RocaJunyent Informa

Departamento de Protección de Datos, Ciberseguridad y Tecnología y
Departamento de Derecho de la Competencia y de la Unión Europea
21 de enero 2024



Digital Markets Act: Novedades a corto plazo en los mercados digitales

En los próximos meses, los mercados digitales experimentarán un cambio normativo tremendamente relevante, en la medida en que varias empresas identificadas como especialmente dominantes en los mismos se verán obligadas a cumplir con las importantes obligaciones que les impone, a partir del 6 de marzo de 2024, el **Reglamento (UE) 2022/1925, de Mercados Digitales** (más conocido como “*Digital Markets Act*”, o “*DMA*”, por su denominación en inglés).

Concretamente, seis empresas han sido designadas, hasta la fecha, como *guardianes de acceso* o *gatekeepers* por la Comisión Europea¹: **Alphabet, Amazon, Apple, ByteDance, Meta y Microsoft**, propietarias de plataformas digitales como Google, Youtube, Facebook, Instagram, App Store, IOS, Android, Whatsapp, Messenger o TikTok, entre otras.

Estas empresas disponen de pocas semanas para ajustar cuanto resulte necesario, en su caso, para garantizar, a partir de marzo de este año, el cumplimiento de las nuevas obligaciones impuestas por la DMA; todo ello con vistas a asegurar un correcto y equilibrado funcionamiento del mercado en los principales sectores digitales, y en particular, en las plataformas digitales que, por su importancia e influencia, resultan esenciales para millones de empresas, consumidores y usuarios en la Unión Europea.

Algunas de estas obligaciones impuestas por la Comisión Europea a los citados *gatekeepers* son las siguientes:

- Deberán aplicar condiciones equitativas, razonables y no discriminatorias de acceso a sus tiendas de aplicaciones informáticas, motores de búsqueda, tiendas en línea y servicios de redes sociales.
- Deberán abstenerse de incluir cláusulas de paridad² en perjuicio de los usuarios profesionales³.
- Deberán abstenerse de impedir que los usuarios profesionales promuevan ofertas entre los usuarios finales⁴ y celebren con ellos contratos a través de cualquier otro canal de distribución o plataforma.
- Deberán abstenerse de tratar más favorablemente los servicios y productos del propio *gatekeeper* en comparación con productos similares de terceros (en términos de clasificación, indexación o rastreo, por ejemplo).
- Deberán permitir que las empresas accedan a los datos e información que generan sus servicios en las plataformas de los *gatekeepers*,
- Deberán abstenerse de utilizar datos que no sean públicamente generados o proporcionados por los usuarios profesionales en el contexto del uso de los servicios de la plataforma, etc.
- Deberán permitir y posibilitar efectivamente la instalación y uso efectivo de aplicaciones informáticas o tiendas de aplicaciones de terceros que utilicen sus sistemas operativos o interoperen con los mismos.
- Deberán abstenerse de exigir a usuarios finales que utilicen servicios accesorios como servicios de identificación, servicios técnicos, motores de navegación o

¹ Véase [aquí](#) la nota de prensa de la Comisión Europea, de 6.9.2023, designando a los citados *gatekeepers*.

² Cláusulas de paridad o de “cliente más favorecido” son aquellas que impiden a un proveedor ofrecer sus productos o servicios a través de otras plataformas de distribución a precios más bajos o en condiciones más atractivas respecto a las pactadas con la plataforma con la cual se pacta la paridad.

³ Por usuarios profesionales debe entenderse, según la definición del art.2.21 DMA: “Toda persona física o jurídica que, a título comercial o profesional, utilice servicios básicos de plataforma para suministrar productos o prestar servicios a los usuarios finales o utilice dichos servicios en el marco del suministro de productos o la prestación de servicios a los usuarios finales”.

⁴ Por usuario final ha de entenderse “toda persona física o jurídica que utilice servicios básicos de plataforma y que no lo haga como usuario profesional” (art.2.20 DMA).

servicios de pago web del *gatekeeper* que permitan la prestación de servicios de pago. En el caso de los usuarios profesionales, el *gatekeeper* no podrá exigirles que utilicen, ofrezcan o interoperen con este tipo de servicios.

- Deberán asegurar la transparencia de precios en la intermediación publicitaria respecto a los anunciantes y los editores.
- No podrán exigir a los usuarios que se suscriban o registren en cualquier servicio básico de plataforma como condición para poder utilizar cualquiera de los servicios básicos de plataforma del *gatekeeper*, así como acceder, inscribirse o registrarse en ellos.
- Deberán abstenerse de introducir condiciones de resolución de sus contratos de servicios desproporcionadas o de difícil ejecución.
- Tampoco podrán evitar que los usuarios desinstalen cualquier software o aplicación que haya sido preinstalado por el *gatekeeper*, etc.

Desde el punto de vista de la normativa de protección de datos, además de su cumplimiento general, los *gatekeepers*:

- a) Deberán garantizar a los interesados de forma gratuita el derecho a la portabilidad de datos entre plataformas y el derecho de acceso continuo y en tiempo real a tales datos, en los términos previstos en el Reglamento General de Protección de Datos⁵.
- b) Salvo que el usuario haya prestado su consentimiento, deberán abstenerse de:
 - i. utilizar datos personales recolectados a través de servicios de terceros que dependan de sus plataformas para fines de publicidad en línea;
 - ii. combinar datos personales obtenidos de sus servicios o plataformas con información de otros servicios que ofrezcan, o con datos de servicios externos, con el objetivo de crear perfiles publicitarios;
 - iii. cruzar datos personales entre diferentes servicios que proporcionen, incluyendo la prohibición de usar datos de una plataforma o servicio para beneficiar otro de sus servicios, y viceversa;
 - iv. cuando el usuario final haya denegado o retirado el consentimiento prestado, el *gatekeeper* no solicitará el consentimiento para el mismo fin más de una vez en el plazo de un año.
- c) Deberán proporcionar bajo petición previa, a terceras empresas proveedoras de motores de búsqueda en línea, el acceso a datos sobre clasificaciones, consultas, clics y visualizaciones, siempre anonimizando todos los datos personales que puedan contener.

⁵ Art.20 y art.15 del [Reglamento \(UE\) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016 relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE](#)

A partir del 6 de marzo de 2024, en caso de verse afectado por un incumplimiento de las obligaciones impuestas a los *gatekeepers* por la DMA, todo usuario - profesional o no – o competidor de las plataformas citadas podrá poner en conocimiento de las autoridades competentes cualquier práctica o comportamiento que pueda contravenir la señalada normativa.

La Comisión Europea será la encargada de supervisar el cumplimiento de tales obligaciones, con el apoyo de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia y la Agencia Española de Protección de Datos en nuestro país. En casos de incumplimiento, los *gatekeepers* se enfrentan a posibles sanciones de hasta el 10% de su volumen total de negocios a nivel mundial - que puede aumentar hasta el 20%, en caso de reincidencia – y a posibles medidas correctoras adicionales si la infracción se vuelve sistemática.